العنوان:	الاتجاهات الإيجابية للأطفال نحو القائم بالاتصال في البرامج المقدمة لهم
المصدر:	مجلة البحث العلمي في التربية - مصر
المؤلف الرئيسي:	العناني، نجية محمد محمد محمود
مؤلفين آخرين:	محمود، زينب محمد، موسى، سامية(م. مشارك)
المجلد/العدد:	ع 12, ج 1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2011
الصفحات:	191 - 224
رقم MD:	353913
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	التعليم بالقدوة، مصر، البرامج التلفزيونية، برامج الأطفال، مقدمو برامج الأطفال، الاتجاهات التربوية، التقييم التربوي، الاختبارات والمقاييس التربوية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/353913

الاتجاهات الإيجابية للأطفال

نحو القائم بالاتصال في البرامج المقدَّمة لهم

إعدادالباحثة

نجية محمد محمد محمود العناني

إشراف

أ. د / سامية موسى

أستاذ المناهج وطرق التدريس – كلية البنات

جامعة عين شمس

د/ زينب محمد محمود

مدرس علم النفس– كلية البنات

جامعة عين شمس

مقدمة:

لقد أدى ازدياد القنوات الفضائية وازدياد انشغال الوالدين إلى أن يصبح التليفزيون شريكًا أساسيًّا لكل من الأسرة والمدرسة في تربية وتنشئة الأطفال، وهو مصدر للمعلومات لهم، ومن خلاله تتشكل خلفياتهم وتصوراتهم عن العالم والأشياء.

وإذا كانت الآراء قد تباينت في مدى الأضرار التي يخلّفها تعرُّض الأطفال للمشاهدة التليفزيونية لفترات طويلة، وخاصة فيما يتعلق بإكسابهم أنماطًا سلوكية غير مقبولة، وكذلك تأثيرات التليفزيون على التماسك الأسريّ، فإن هناك من يرى أن لهذا الجهاز مميزات عديدة، في مقدمتها قدرته على فتح آفاق رحبة أمام الطفل للتعرف على المناحي المختلفة للحياة(١).

ولذلك تُعدّ تنمية الطفولة العامل الأساسيّ في التنمية الشاملة؛ لأن الرعاية السليمة للطفولة تمثل المستقبل المزدهر لأي أمة، ويتطلب ذلك ضرورة الاستجابة لاحتياجات الطفل الأساسية، والاعتماد على التخطيط العلميّ، وتوفير الموارد البشرية والمادية لتنشئة الطفل ورعايته في مراحل النمو المختلفة(٢).

ونجد أن العلاقة بين التليفزيون والطفل من الموضوعات التي شغلت بال كثير من الباحثين منذ أن ظهر التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري تملك قوة جذب لا تقاوَم، بلغت ذروتها بعد أن تزاوجت تقنياتها مع تقنيات الاتصال الفضائي، وبلغ الاهتمام ذروته عندما بدأت آثاره تظهر على جمهور الأطفال، خصوصًا بعد أن اتسعت فرص المشاهدة لبرامجه التي تُبَث عبر القنوات الفضائية والمحلية(٣).

والجدير بالذكر أن من مبادئ الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان (المادة ٢٧)، التي تنص على أن لكل شخص حق المشاركة الحرة في حياة المجتمع الثقافية والاستمتاع بالفنون، وكذلك الإسهام في التقدم العلميّ وفي الفوائد التي تنجم عنه.

وهكذا أشارت تلك المادة إلى حق المشاركة بِحُرية في العملية الثقافية، وهو من أهم عناصر الحق في الاتصال.

---

(١) برامج الأطفال في محطات التلفزة المحلية والعربية، المجلس الأعلى للأسرة بالشارقة، ٢٠٠٢، ص١٠.

(٢) عاطف العبد: علاقة الطفل المصريّ بالقنوات الفضائية العربية، القاهرة، دار الفكر العربيّ، ٢٠٠٠م، ص ١٠٧.

(٣) محمد عايش، عليّ عواض: أنماط المشاهدة لبرامج الأطفال في محطات التلفزة المحلية والعربية، ٢٠٠٢، ص١٥.

مشكلة البحث:

الطفل ما هو إلا أرض خصبة لزرع كمّ هائل من المعلومات والسلوك والعادات السليمة وغير السليمة،وهو متلقٍّ جيد لكل ما يدور حوله، كما أنه سريع التعلم لمختلف المهارات التي قد تُقدَّم إليه؛ من خلال عمل الباحثة كمعدة برامج أطفال في التليفزيون المصريّ وجدت مجموعة من الملاحظات تُشكِّل بعض المشكلات حول واقع الإعلام الموجه للأطفال، أهمها:

- قصور التخطيط لبرامج الأطفال.
- وجود فجوة بين الإعلاميّين والتربويين.
- قلة عدد الكتاب الذين يكتبون للأطفال، وكذلك الإعلاميّون المؤهَّلون للتعامل مع الأطفال.
- ضعف التمويل المخصص للبرامج الخاصة بالأطفال.

ومن هنا ترى الباحثة أنه يجب الاهتمام بردود أفعال الطفل وأنماط استجابته للبرامج المقدَّمة، وخاصة القائم بالاتصال (مقدِّم البرامج)؛ وذلك لدوره المهم في توصيل الرسالة الإعلاميّة (مضمون البرنامج)، ويجب الأخذ في الاعتبار قابلية الأطفال وميلهم للتقليد؛ مما يؤدي إلى الاهتمام بالقائم بالاتصال بصفة عامة، و(مقدِّم البرامج) بصفة خاصة؛ وذلك لأن الطفل من المفترَض أنه ليس متلقيًا سلبيًّا يشاهِد كل ما يُعرَض عليه، ولكنه ينتقي ويختار ما يلبي رغباته ويشبع حاجاته. وتظهر اتجاهات الأطفال الإيجابية نحو القائم بالاتصال (مقدِّم البرامج) على شكل استجابات مختلفة بالتواصل معه، سواء بالمشاركات الفورية أو بمتابعة البرنامج.

ومن أهم الشروط التي يجب توافرها في برامج الأطفال ما يلي:

- أن تُخرِج الأطفال من سلبيتهم.
- أن تتيح لهم حرية التعبير عن أفكارهم.
- أن تساهم في تنمية قدراتهم على النقد والحكم.

تساؤلات البحث:

يمكن بلورة تساؤلات البحث فيما يلي:

١- ما الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال (مقدِّم برامج الأطفال التليفزيونية)؟

٢- إلى أيّ مدى يمكن تنمية الاتجاهات الإيجابية للأطفال نحو القائم بالاتصال (مقدِّم برامج الأطفال التليفزيونية) من خلال برامج الأطفال التليفزيونية المقدَّمة لهم؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في النقاط التالية:

١- فتح آفاق جديدة في مجال التقديم والإعداد لبرامج أطفال متخصصة تسعى إلى تحقيق

الاتصال الإيجابيّ الفعّال بين الأطفال والمقدّمين والبرامج المقدَّمة للأطفال.

٢- التعرف على مقترحات وتوصيات المتخصصين في مجال الإعلام التليفزيونيّ من معدّين ومقدّمين تجاه ما يقدَّم من مضامين في برامج الأطفال؛ مما يسهم في تطوير هذه النوعية من البرامج.

٣- الفئة العمرية من سن (٩ – ١٢) سنة التي يتناولها البحث بالدراسة؛ حيث إن مرحلة الطفولة المتوسطة من أهم مراحل الطفولة في حياة الطفل؛ حيث تتكون اتجاهاته.

٤- قلة الأبحاث والدراسات في حدود علم الباحثة التي تناولت اتجاهات الأطفال نحو القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية.

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

١- الكشف عن دور القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية، وخاصة ما يُعرَض للطفل من سن (٩ – ١٢) سنة من حيث كَمّ ونوع المعلومات والأفكار التي تتناسب مع المرحلة العمرية التي يمر بها، والتي تشبع احتياجاته التي تتعلق بالاتصال.

٢- تنمية إيجابية الطفل تجاه القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية.

فروض البحث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات اتجاهات الأطفال الإيجابية نحو هذه البرامج التليفزيونية المختارة في المقياس البعديّ والقبليّ على مقياس الاتجاهات الإيجابية للأطفال نحو القائم بالاتصال.

حدود البحث:

يتحدد البحث الحاليّ بالعينة، والأدوات، والمنهج المستخدم في التحليل، والأساليب الإحصائية المستخدمة للتحقق من صحة فروض البحث والحصول على النتائج وتفسيرها.

أولا: عينة البحث:

١- تتمثل في مجموعة الأطفال سن (٩ – ١٢) سنة قوامها (٩٠) طفلا، وسيتم التطبيق على نفس المجموعة قبليًّا وبعديًّا.

٢- مجموعة البرامج المختارة من برامج الأطفال من القنوات الفضائية.

ثانيا: أدوات البحث:

١- مقياس الاتجاهات الإيجابية للأطفال سن (٩ – ١٢) سنة نحو القائم بالاتصال.(إعداد الباحثة)

ثالثا: المنهج المستخدَم:

١- المنهج الوصفيّ لجمع البيانات والمعلومات اللازمة لبناء المقياس.

٢- المنهج التجريبيّ القائم على مجموعة واحدة.

مصطلحات البحث:

برامج الأطفال التليفزيونية: Children's television programs

وهي "البرامج التي تُبَث من داخل أو خارج الأستوديو، وتشتمل على العديد من الفقرات المتنوعة كالفقرات العلمية والترفيهية، ويُعتمد في تقديمها على مقدّم: إما رجل أو طفل أو أنثى، أو قد يكون التقديم مشتركًا، ويخاطِب مباشرةً شريحة الأطفال، ويَدل عنوان البرنامج على ذلك(١).

التعريف الإجرائيّ لبرامج الأطفال التليفزيونية:

هي البرامج التي تُقدَّم من خلال التليفزيون للطفل سن (٩ – ١٢) سنة، والتي يجب أن تشتمل على العديد من الفقرات المتنوعة كالفقرات العلمية والترفيهية، ويُعتمد في تقديمها على مقدّم واحد، أو قد يكون التقديم مشتركًا، ويخاطَب فيها مباشرةً شريحة الأطفال بحيث تتماشى مع خصائص النمو العقليّ والاجتماعيّ للطفل في مرحلة الطفولة المتوسطة، وبحيث تعمل على إشباع حاجات الأطفال المختلفة وإكسابهم المهارات الاجتماعية.

القائم بالاتصال (مقدّم البرامج):

هو فرد أو فريق منظَّم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلاميّة، وله علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلاميّة(٢).

المقصود به في البحث:

هو مقدّم برامج الأطفال التليفزيونية الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات أو القيم والاتجاهات من خلال مضمون البرنامج الذي يقوم بإعداده وتقديمه.

الاتجاه: Attitude

هو تكوين فرضيّ أو متغيِّر كامن أو متوسط (يقع فيما بين المثير والاستجابة)، وهو عبارة عن استعداد نفسيّ أو تهيؤ عقليّ عصبيّ متعلَّم للاستجابة الموجَبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة(١).

---

(١) سهير جاد، سامية أحمد عليّ: "البرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩١)، ص٥٦.

(٢) محمد الجوهريّ وآخرون: دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، ١٩٩٢، ص ٥٥.

تعريف بوجاردوس:

الاتجاه هو الميل الذي ينحو بالسلوك قريبًا من بعض عوامل البيئة أو بعيدًا عنه، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعًا لانجذابه لها أو نفوره منها؛ أي أن ذلك التعريف يؤكد على البيئة الخارجية(٢).

التعريف للإتجاهات:

وتُعرّف الباحثة الاتجاهات الإيجابية بأنها: ميل الطفل واستعداده للاستجابة الموجَبة، والذي ينحو بالسلوك قريبًا نحو القائم بالاتصال (مقدِّم البرامج) في برامج الأطفال التليفزيونية والتفاعل، سواء كان بالمشاركة أو الاستفسار أو المتابعة والمشاهدة الناقدة فيما يقدّمه له من مضمون البرنامج.

الإطار النظريّ:

الطفولة المتأخرة:

تمهيد:

لاقت مرحلة الطفولة اهتمامًا كبيرًا لدى العلماء والباحثين في العصر الحديث، ولم يكن هذا الاهتمام وليد هذا القرن؛ ولكنه استكمال لدراسات وكتابات متعددة عن الطفل، وذلك منذ اهتم الأجداد على مر العصور التاريخية بالطفولة وأولاها الفلاسفة والمفكرون والأطباء والمتخصصون في مجال علم النفس والتربية اهتمامًا بارزًا؛ لدراسة العوامل التي تساعد على التنشئة السليمة للأطفال حتى يصبحوا أعضاء نافعين في المجتمع(٣).

وترى الباحثة أن الطفولة مرحلة هامة في حياة الإنسان؛ فأطفال اليوم هم رجال ونساء المستقبل الذين يتحملون مسئولية المجتمع ويساعدون في تقدمه وارتقائه؛ لذلك يجب الاهتمام بهم ورعايتهم، فالاهتمام بهم يؤدي إلى خلق جيل قادر على تحمّل المسئولية ويساعد في تقدم المجتمع، وذلك من خلال الاهتمام ببرامج الأطفال ومسلسلات الرسوم المتحركة المقدَّمة من خلال التليفزيون، والتي تزودهم بالمعلومات والقيم والمفاهيم وتُكوِّن عندهم الاتجاهات.

أولاً: تعريف الطفولة المتأخرة:

تمتد مرحلة الطفولة المتأخرة من عمر التسع سنوات إلى حوالي الثانية عشرة من العمر، وفي هذه المرحلة يَترك الطفل بيئته المنزلية إلى بيئته المدرسية؛ مما يؤدي منطقيًّا إلى

---

(٢) حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعيّ، ط٦، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٣) ص ١٣٦.

(٣) عباس محمود عوض: علم النفس الاجتماعيّ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨)، ص ٢٧.

(٣) إيمان عيد شبل رشوان: "دور برامج الأطفال في القناة السادسة في تكوين المفاهيم لدى الطفل من ٩–١٢"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس/ معهد الدراسات العليا للطفولة: قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤، ص ٨٠.

حدوث تغيرات جذرية في اتجاهات وسلوك الطفل؛ إذ إن الذهاب إلى المدرسة يعني للطفل أن ينمو، وباتساع عالم الطفل ليتضمن المدرسة والمجتمع فإنه يواجَه بتوقعات جديدة؛ فيُتوقَّع أن يَكتسب خلال هذه المرحلة معظم المعلومات والمهارات التي يَعتبرها مجتمعه من الضروري توافرها لجميع أعضائه(١).

وفي هذه المرحلة تتسع بيئته الاجتماعية، وتتنوع تبعًا لذلك علاقاته وتتعدد، ويكتسب الطفل معايير واتجاهات وقيمًا جديدة، ويكون الطفل في هذه المرحلة مستعدا لأن يكون أكثر اعتمادًا على نفسه وأكثر تحملاً للمسئولية وأكثر فيضًا للانفعالات، وإذا كانت هذه المرحلة مناسبة لعملية التنشئة الاجتماعية، فإنها هامة أيضًا لغرس بعض القيم التربوية(٢).

وقد عرَّفتها كاميليا عبد الفتاح بأنها:

مرحلة الكمون: ويبدأ الطفل فيها تَقبُّل تحريمات الأب المحبوب أو يُنهي كراهيته للأب المنافِس من نفس الجنس، وفيها يُعاد توجيه الطاقات التي كانت تَبحث من قبل عن الإشباع بحيث تجد لها مخرجًا في بعض الأشكال كاللعب أو الأنشطة البدنية والمدح ولفت الانتباه إليه، وما شابه ذلك من سلوك مقبول(٣).

ومن خلال التعريفات التي تناولت مرحلة الطفولة المتأخرة، كان هناك اتفاق على أن هذه المرحلة تبدأ مع بداية العام التاسع من عمر الطفل وحتى نهاية العام الثاني عشر من عمره، ويُطلَق على هذه المرحلة مرحلة ما قبل المراهقة.

ثانياً: خصائص مرحلة الطفولة المتأخرة:

١- البنات أسرع من البنين في النضج الجنسيّ؛ فبينما يُبطئ البنون في الطول نجد أن البنات تزداد سرعةً في نمو الطول.

٢- يميل الأولاد نحو اللعب المنظم العضلي العنيف كالكرة والمهارات اليدوية كالحدادة والنجارة، بينما تميل البنات إلى تنظيم الحركات والدقة كالرقص الإيقاعيّ والألعاب الجماعية(٤).

---

(١) سعاد محمد محمد المصريّ: الإعلانات التليفزيونية وعلاقتها بإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للطفل من سن (٩ – ١٢) سنة، مرجع سابق، ص ١٤٣.

(٢) خليل ميخائيل عوض: سيكولوجية النمو – الطفولة والمراهقة، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعيّ، ١٩٨٣)، ص ١٨٤.

(٣) كاميليا عبد الفتاح: العلاج النفسيّ للأطفال باستخدام اللعب، (القاهرة: دار النهضة المصرية، ١٩٩١)، ص ٨٠.

(١) عادل عز الدين الأشول: علم نفس النمو، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٢)، ص ٣٤١.

٣- الطفل في هذه المرحلة يفضل الاندماج مع جماعات الأصدقاء والأفراد؛ ويَرجع ذلك إلى نضجه العقليّ والوجدانيّ وإلى إيمانه بقيمة الجماعة في تحقيق أهدافه، ومن هنا يبدأ الشعور بالولاء للجماعة؛ وهكذا تتسع دائرة الطفل بعد أن كانت محدودة في نطاق الأسرة لتشمل جماعات الأصدقاء والزملاء في المدرسة والنادي والحي(١).

٤- كوين المفاهيم اللازمة لتَعامل الطفل مع الآخرين في حياته اليومية، وتكون حصيلة تعلُّم هذه المفاهيم التفكير السليم للطفل والاتجاهات الإيجابية نحو الذات والآخرين، ومن هذه المفاهيم تكوين الضمير والأخلاق والقيم.

٥- رغبة الطفل في الكلام والمشاهدة والقراءة والاستماع والتمثيل؛ حيث يحتاج طفل مرحلة الطفولة المتأخرة أن ينمو روحيًّا وعقليًّا ونفسيًّا واجتماعيًّا وجسميًّا(٢).

٦- يتميز الطفل في هذه المرحلة بحب الاستطلاع والرغبة المتزايدة في المعرفة؛ وبذلك تُعدّ هذه المرحلة أساسية في حياة الإنسان؛ حيث يتم خلالها وضع أساس النمو الجسميّ والنفسيّ والاجتماعيّ والعقليّ للعمل، فإن مرت هذه المرحلة بطريقة ملائمة يكون النمو مطردًا أو سليمًا في المرحلة التالية لها، وتُعتبر هذه المرحلة من وجهة نظر النمو أنسب المراحل لعملية التطبيع الاجتماعي(٣).

٧- تتميز هذه المرحلة بالانتقال من الخيال إلى الواقع، بالإضافة إلى حب الطفل للتفاخر بما حصل عليه من معارف ومعلومات ومهارات، كما أنها تتميز بإتقان الطفل لما اكتسبه من مهارات معرفية وعقلية وحركية.

٨- ازدياد القدرة على التذكر بدرجة كبيرة؛ حيث يمكن أن يحفظ الكثير من الأرقام والتواريخ والمصطلحات العملية والأناشيد، كما تزداد قدرته على إدراك العلاقات بين الأشياء والعلاقات الزمانية والمكانية وتكوين الأفكار عن الأشياء والأشخاص(٤).

٩- تكوين اتجاهات نحو الجماعات والنظم السائدة(٥).

---

(١) شيماء جمعة إبراهيم: "تحليل مضمون برامج القالب الدراميّ في التليفزيون المصريّ الخاصة بحل مشكلات مرحلة الطفولة المتأخرة والمراهقة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٦)، ص ٦١.

(٣) سهير كامل أحمد: سيكولوجية نمو الطفل، (القاهرة: مركز الإسكندرية للكتاب، ١٩٩٦)، ص ١٤٣.

(٣) أحمد محمد العنزيّ: "دور برامج الأطفال في التليفزيون الكويتيّ في إمداد الطفل الكويتيّ بالمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية: قسم الدراسات الإعلاميّة، ٢٠٠٤.

(٥) عادل عز الدين الأشول: علم نفس النمو، مرجع سابق، ص ٣٤٢.

(٦) سعد جلال: الطفولة والمراهقة، (الكويت: دار الفكر العربيّ، ١٩٨٥)، ص ٣٧١.

الاتجاهات:

تمهيد:

يُعدّ مفهوم الاتجاه من المفاهيم الرئيسية الهامة التي لعبت دورًا هامًا في تاريخ علم النفس الاجتماعي، ويُعتبر "ألبورت" من أوائل المهتمين بمفهوم الاتجاهات، حيث تتبعَ هذا المفهوم في تراث علم النفس الاجتماعي ووجده من أكثر المفاهيم بروزًا وشيوعًا في علم النفس الأمريكي المعاصر، واعتبرَه حجر الزاوية في علم النفس الاجتماعيّ.

(١)تعريف البورت "Allport"[(١)]:

الاتجاه عبارة عن استعداد عقليّ وعصبيّ عند الفرد، تنظمه خبراته السابقة بما يكفل توجيه استجاباته نحو المثيرات التي تتضمنها البيئة التي يعيش فيها.

وجود ماديّ ملحوظ؛ بل هو مجرد تكوين فرضيّ يُستدلّ عليه من آثاره، وعادةً ما يُعبَّر عنه في صورة لفظية أو من خلال استجابات الفرد للعبارات التي تقيس الاتجاه، أو من رد فعل الفرد لموقف إسقاطيّ معين أو تكملة كلمات أو جمل.

وعادة ما يتضمن مفهوم الاتجاه الخصائص التالية:

١- وجود موضوع ينصبّ عليه الاتجاه.

٢- الاتجاه يَحمل حكمًا أو قيمة.

٣- الاتجاهات باقية نسبيًا.

٤- قابلية الفعل أو السلوك[(٢)].

التعريفات الإجرائية للاتجاهات الإيجابية التي سوف تقوم الباحثة بقياسها على عينة البحث:

الميل الي الاستفسار:

هو ميل الطفل إلى طرح الأسئلة والاستفسار عن حقائق وتصورات غير واضحة في ذهنه نتيجة تَعرّضه لبرامج الأطفال التليفزيونية من القائم بالاتصال (مقدّم البرامج) أثناء أو بعد المشاهدة.

الميل إلى المشاهدة الناقدة:

هو جهد عقليّ معرفيّ منظّم يُظهره الطفل في نقد ما يشاهده من مضامين في برامج الأطفال التليفزيونية، وذلك من خلال إبداء رأيه محاولاً التغير والوصول إلى ما يرضيه.

---

(١) ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعيّ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨)، ص ٢٠٣.

(٢) سيد محمد الطواب: الاتجاهات النفسية وكيفية تغييرها، (القاهرة: مجلة علم النفس: ١٩٩٩) العدد ١٥، يوليو ١٩٩٠، ص ٧.

الميل إلى المشاركة:

هو ميل الطفل إلى التفاعل مع برامج الأطفال التليفزيونية، سواء كان بالاتصال بالبرنامج، أو بالحضور الفعليّ في الأستوديو، أو بالتواصل من خلال sms أو القائم بالاتصال (مقدّم البرامج) في محتوى البرنامج.

الميل إلى المتابعة:

هو ميل الطفل إلى الاستمرار في مشاهدة جميع حلقات البرنامج بانتظام مهما اختلف موعد تقديم حلقات هذا البرنامج.

مكونات الاتجاهات:

أ – **المكوِّن المعرفي:** ويشتمل على معتقدات الفرد وأفكاره أو تصوراته ومعلوماته عن موضوع الاتّجاه.

ب– **المكوِّن الوجدانيّ:** ويشير إلى مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه.

ج– **المكوِّن السلوكيّ:** ويشير إلى استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات معينة تتفق مع اتجاهه.

خصائص الاتجاهات:

١– الاتجاه حالة عقليّة وعصبيّة ثابتة ثبوتًا نسبيًّا[(١)]:

الاتجاه يتصف بالديمومة النسبة والرد الذي يحمل اتجاهًا إيجابيًّا نحو القائم بالإتصال ولا يتغير سلوكه من موقف إلى آخر، ولكن هذا لا يَمنع من كون الاتجاه ديناميكيًّا متغيّرًا في طبيعته، وهذا التغير يحدث على المدى الطويل، فالاتجاه يتغير نتيجة لِما يقع على الفرد من مؤثرات مختلفة لتفاعله مع البيئة المادية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها، ونستطيع أن نلمس صفة الثبات في الاتجاه إذا ما قورن بحالة الانفعال الذي هو حالة نفسية طارئة ووقتية.

٢– الاتجاه ليس هو السلوك ذاته[(١)]:

الاتجاه ليس هو السلوك ذاته، ولكنه قد يَدفع نحو السلوك، وفي بعض الأحيان لا يَدلّ السلوك الظاهريّ على اتجاه الفرد الحقيقيّ؛ فالعوامل الاجتماعية قد تجعل الفرد يُحجم عن التعبير الصحيح عن اتجاهه الحقيقيّ إزاء الموضوعات الشائكة، وتؤكد مدرسة التحليل النفسيّ أن للسلوك دوافع لا شعورية خفية، ومِن ثَم فإن السلوك لا يدل دلالة قاطعة على شخصية الفرد.

(١) المرجع السابق، ص ١٩٦.

٣- الاتجاهات تمثل تنظيم للمعتقَدات[١]:

المعتقَد هو أية قضية بسيطة شعورية أو لا شعورية نستنتجها مما يقوله أو يفعله شخص ما، بحيث تكون مسبوقة بعبارة أنا أعتقد، أما محتوى المعتقَد فقد يصف موضوعًا أو موقفًا صحيحًا أو خاطئًا، ويطرح تقييمًا لهذا الموقف باعتباره مرغوبًا أو غير مرغوب. والمعتقَدات تُحدِّد استجابات السلوك، والاتجاهات تُحدِّد أيضًا هذه الاستجابات؛ وبذلك تكُون الاتجاهات تنظيمًا للمعتقَدات، وكل معتقَد يَدخل في تنظيم هذه الاتجاهات ينبغي أن يشتمل على ثلاثة عناصر رئيسية هي: العنصر المعرفيّ، والعاطفيّ، والسلوكيّ. ويجب أن تكون العلاقة بين هذه العناصر علاقة وثيقة، وقد أكدَت بحوث "روز ينبرج" أن الإنسان يسعى لتحقيق نوع من الاتساق بين المكونات المعرفية والعاطفية والسلوكية للمعتقَد.

٤- الاتجاهات ذات مرجع اجتماعيّ نوعيّ[٢]:

هذا المرجع لا يتحتم أن يكُون بالضرورة موضوعات عيانية، بل قد يكون علاقات مجردة كالقضايا السياسية والمشكلات العالمية؛ أي أن الاتجاهات تمتلك علاقات أو إشارات اجتماعية تعكس البيئة والمحتوى الاجتماعي الذي تُعُلِّمت واكتُسِبَت في أحضانه، وتمتلك الاتجاهات درجات متنوعة من التحديد والدقة والغرضية؛ فالاتجاه المتعدِّد هو الذي يمتلك عددًا كبيرًا أو مجموعة متغايرة الخواص من الموضوعات في طبقتها وطبيعتها الإشارية (المرجعية)، كما أن التحديد والدقة تُعزَى إلى الضبط والدقة التي عن طريقها تَعرف المجموعة المرجعية.

وظائف الاتجاهات:[٣]:

١ - وظيفة توافقية:

يبحث الإنسان في زيادة العقوبة وتقليل العقوبة؛ وعليه يسعى في تنمية الاتجاهات التي تساعده في تحقيق أهدافه، والاتجاهات في العادة هي الوسيلة التي عن طريقها يحاول المرء تحقيق أهدافه المطلوبة وتفادي النتائج السيئة، أو هي ردود الفعل العاطفية الناتجة عن خبرات الفرد السابقة في محاولة تحقيق وإشباع دوافعه، وفي هذه الحالة فإن اتجاه الفرد نحو شيء ما

---

(٢) سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعيّ والإعلاميّ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠)، ص ٣٢١، ٣٢٠.

(١) عادل الأشول: مرجع سابق، ص ١٨١.

(٣) المرجع السابق، ص ٩٨، ٩٩.

- عزيز حنا داود، تحسين عليّ حسين: سيكلوجية الاتجاهات: القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ص ٢١، ٢٢.

يتحدد على أساس إدراك الفرد لمدى استفادته من هذا الشيء في الماضي، والاتجاه بهذه الوظيفة في مقر تحقيق أهداف الفرد ومراميه.

٢ – وظيفة دفاعية للذات:

تَخدم بعض الاتجاهات الفرد وتحميه (ميكانيزمات دفاعية) من الآلام الداخلية، وتُعدّ عملية الإسقاط إحدى العمليات التي نعزي فيها للآخر ما نَعدّه في أنفسنا من خصائص غير مقبولة؛ ومن ثَم نُبعد أنفسنا عن مثل هذه الصفات. وميكانيزمات الدفاع عن النفس هي أيضًا الوسائل التي عن طريقها يُقلِّل الفرد من قلقه المتولِّد من هذه الشهوات أو الظواهر الخارجية، كما أن عددًا كبيرًا من اتجاهاتنا يقوم أساسًا بالدفاع عن الصورة التي كونًاها لأنفسنا عن أنفسنا.

٣ – وظائف تعزيزية:

تَعمل بعض الاتجاهات على التعبير الفعليّ عن القيم الأساسية للفرد وعن طبيعته الفعلية، ويَشعر الفرد بالرضا والسعادة عندما يُعبِّر عن اتجاهات يَعتقد أنها تعكس قِيَمه ومعتقداته التيَ يَعتز بها؛ وبذلك تُسهم في تكوين صورة مقبولة للذات بها الكثير من السجايا.

٤ – وظيفة معرفية:

تساعد الاتجاهات الفرد وتَمده بمستويات من القيم والمعارف، وتساعده في البحث عن المعاني ومحاولة الفهم، والنزعة نحو التنظيم الأفضل للمدرَكات والاعتقادات؛ حتى تتسم أفكار الفرد بالوضوح والاتساق.

أهمية الاتجاهات لدراسة الاتصال:

إن معرفة اتجاهات وعادات وقِيَم الجمهور تُمثِّل أهمية كبرى في إعداد الرسالة الإعلاميّة، كما يتوقف نجاح هذه الرسالة على دراسة اتجاهات وحاجات واحتياجات الجمهور المستهدف.

ويوضِّح د. فرج الكامل أن للاتجاهات أهمية بالغة في دراسات الاتصال؛ حيث إن[1]:

- لكل من المرسِل والمستقبِل اتجاه سلبيّ أو إيجابيّ نحو الآخر.
- لكل من المرسِل والمستقبِل اتجاه سلبيّ أو إيجابيّ نحو الموضوع الذي يدور حوله الاتصال.
- لكل من المرسِل والمستقبِل اتجاهات سلبية أو إيجابية نحو الأشياء والأشخاص والمواقف الأخرى التي تَرِد في الرسالة.

---

(١) فرج الكامل: تأثير وسائل الاتصال– الأسس النفسية والاجتماعية" ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي،١٩٨٥م) ص ٨٧.

فالاتصال هو في الواقع محاولة من المرسِل للتأثير على اتجاهات وأفكار المستقبِل.

برامج الأطفال التليفزيونية:

تمهيد:

برامج الأطفال لها دور كبير في تشكيل شخصية الطفل؛ فهي إذا كانت برامج مُتنوعة وتناسب خصائص واحتياجات المرحلة العمرية المقدَّمة لها، فإنها من الممكن أن تُسهم في تشكيل سلوكيات إيجابية عند الطفل وتكوين مفاهيم ومعارف ومهارات لديه، كما قد تُسهم في تنمية الخيال وإشباع حاجات الطفل النفسية، ولا يوجد دليل على أن مشاهدة هذه البرامج لها أيّ آثار ضارة على تطور معرفة وإدراك الطفل، بل على العكس تمامًا، فإن الأطفال يمكن أن يتعلموا الكثير من هذه البرامج(١).

ولكي يَكون لبرامج الأطفال دور فعّال وإيجابيّ في تشكيل شخصية الطفل، من الضروري توظيف برامج الأطفال في أجهزة الإعلام لتثقيف الطفل وتزويده بالمعلومات والقيم والسلوكيات التي تُفسِح أمامه مجالات النمو والابتكار والتفوق والإبداع، وكذلك إخضاع هذه البرامج لعمليات التقويم المستمر(٢)، بالإضافة إلى التأكيد على أهمية تشجيع القائمين بإعداد برامج الأطفال على تناول الأفكار وإعداد المواد الإعلاميّة بما يتناسب مع البيئة العربية، وعدم نقل البرامج الخاصة بثقافات أجنبية غير مناسبة للثقافات العربية وقِيَمها إلى برامج الأطفال(٣).

ويمثل "التليفزيون" قوة جذب قوية بالنسبة للأطفال؛ ويرجع ذلك إلى عدة خصائص هامة يتمتع بها "التليفزيون" عن غيره من الوسائل الإعلاميّة الأخرى، منها:

١- سهولة الوصول إلى "التليفزيون" دون الحاجة إلى بذل مجهود كبير.

٢- السهولة النسبية لفهم البرامج التي يقدمها.

٣- مقدرة "التليفزيون" على أن يملأ وقت فراغ الطفل.

٤- "التليفزيون" يُمكِّن الطفل ويتيح له أن يكشف أسرار الكثير من العلاقات والوقائع غير الواضحة، وأن يتعرف على عالم الكبار(٤).

---

(١) Graig, G.J. Human development, Sixth edition: Hall prentice & cliffs Englewood. U.S.A., ١٩٩٢, P. ٣١٥.

(٣) عاطف عدليّ العبد: "واقع برامج الأطفال في الوطن العربيّ"، القاهرة، دار المعارف، ١٩٩٥، ص ٢٤.

(٤) عليّ السيد طنش: "الدور التعاونيّ لبعض المؤسسات الحكومية في مجال ثقافة الطفل"، مرجع سابق، ص١٠٢.

(١) أحمد محمد الزيادي وآخرون، محمد عبدالله عودة، إبراهيم يسين الخطيب: أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط١، القاهرة، دار المعارف، (٢٠٠٠م)، ص ٣٣.

٥- يجذب "التليفزيون" انتباه الأطفال من سن سنتين تقريبًا، ويقضون فترة طويلة في مشاهدته.

٦- القدرة على الإقناع؛ لأن الرؤية أساس الإقناع seeing is believing، والرؤية أو البصر أهم وأكثر الحواس استخدامًا في اكتساب المعلومات؛ إذ إن الإنسان يَحصل على معلومات بنسبة "٧٥%" عن طريق البصر، وبنسبة "١٣%" عن طريق السمع، كما أن العين تجذبها الحركة أكثر من غيرها(١).

٧- الحرية التي يجدها الطفل المشاهِد في اختيار البرامج حتى يرى ما يُشبع ميوله في الوقت الذي يراه مناسبًا، ومما يساعد على ذلك تعدد القنوات المحلية بالتليفزيون.

أهداف برامج الأطفال التليفزيونية:

في البداية سوف نشير إلى أهداف برامج الأطفال بالتليفزيون المصريّ من واقع الخطة الإعلاميّة العامة والكِتاب السنويّ لاتحاد الإذاعة والتليفزيون.

أهداف برامج الأطفال بالتليفزيون المصري(٢):

١- التمكين من إطلاق الملَكات الإبداعية عند الطفل وتنمية مواهب الأطفال مع عرض رسوماتهم وإبداعاتهم(٣).

٢- تنمية الحس الموسيقيّ للطفل، وتنمية الإحساس بالجمال لدى الأطفال(٤).

٣- تعريف الأطفال أسس الديمقراطية من خلال تقديم الرأي وتقبّل الرأي الآخر فيما بينهم.

٤- تبصير الطفل بكيفية تكوين علاقات اجتماعية والتصرف السليم في المواقف الحرجة(٥).

٥- تشجيع الأطفال على ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة، وإظهار أهميتها في الحفاظ على صحة الإنسان، والتشجيع على القراءة(٦).

---

(٢) محمد معوض: "إعلام الطفل – دراسات حول صحف الأطفال وإذاعاتهم المدرسية وبرامجهم التليفزيونية (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٨)".

(٣) ترجع الباحثة إلى كل من :

– الخطة الإعلاميّة العامة بدءًا من عام ٨٩/١٩٩٠م إلى ٢٠٠٢/٢٠٠٣.

– الكِتاب السنويّ لاتحاد الإذاعة والتليفزيون من عام ١٩٩٠ إلى عام ٢٠٠٦/٢٠٠٥م.

(٤) الخطة الإعلاميّة العامة لعام ٢٠٠٢/٢٠٠٣، ص ٣١٨.

(٥) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ٢٠٠٤/٢٠٠٣، ص ١٥٩.

(٦)اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ٢٠٠٦/٢٠٠٧، ص ٣٦٦.

(٧) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ١٩٩٩/٢٠٠٠، ص ١٣٨.

٦- الاهتمام بالطفل المعوّق ومساعدته على التكيف مع مجتمعه.

٧- تعريف الأطفال بقواعد السلامة والأمان في المنزل والمدرسة وواجبهم تجاه البيئة(١).

٨- بث روح التعاون والمحبة بين الأطفال ونبذ الأنانية والعنف، وتعريفهم بالقيم والفضائل، وتعريف الأطفال بالدين الصحيح والقيَم والأخلاق والسلوك(٢).

٩- تعريف الطفل بالأماكن السياحية وإطلاعه على ثقافات العالم مع ضرورة حفاظه على هويته الثقافية ودينه الحنيف، وكذلك إلقاء الضوء على المشاكل البيئية للأطفال بشكل مبسط وتعريفهم بمفردات البيئة ومشكلاتها(٣).

الأسس الواجب مراعاتها عند إعداد برامج الأطفال التليفزيونية وتقديمها:

مما لا شك فيه أن الإعداد لبرامج الأطفال التليفزيونية يتطلب مهارات فنية متعددة في جميع موادها، بداية من ترتيبها، وكتابة النص، وإعداد الممثلين وتدريبهم، وتجهيز المؤثرات الصوتية وأفلام الكارتون والأفلام التسجيلية اللازمة، وكذلك إعداد مقدّم البرنامج على الوجه المطلوب، وقد اتفقت معظم الدراسات على مجموعة من الأسس العامة والضوابط السيكولوجية الواجب مراعاتها عند إعداد وتقديم برامج الأطفال التليفزيونية تمثلت فيما يلي :

١- أن تراعي البرامج طبيعة جمهور الأطفال وخصائصه العمرية والجنسية واللغوية والثقافية والاجتماعية والمعرفية، وأن تراعي الفروق في الذكاء والقدرات العقلية.

٢- أن تعكس البرامج واقع حياة الأطفال وتخدم متطلباتهم حتى يظلوا مرتبطين ببيئتهم ويحملوا في نفوسهم واجب خدمتها والانتماء إليها، وأن تراعي تجارب الأطفال وخبراتهم وقدراتهم التي يعيشونها في كل مكان: في المنزل، وفي الشارع، وفي المدرسة.

٣- أن تكون البرامج عاملاً مساعدًا على تنمية خيال الأطفال، مع الحرص على تجنب الخيال المدمِّر والعنف الذي يترك آثاره السلبية على سلوكهم في الحياة.

٤- التأكيد على الأسلوب القصصي الذي يُعَدّ أفضل وسيلة لتقديم ما يراد تقديمه للأطفال من قيم دينية أو أخلاقية أو معلومات علمية أو تاريخية أو جغرافية أو توجهات سلوكية واجتماعية.

---

(١) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. "الكِتاب السنويّ ٢٠٠١/٢٠٠٢"، ص ١٠٥.

(٢) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. "الكِتاب السنويّ ٢٠٠٠/٢٠٠١"، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٣) اتحاد الإذاعة والتليفزيون. "الكِتاب السنويّ ١٩٩٩/٢٠٠٠"، ص ٨٩.

٥- تكوين لجنة متخصصة في شئون الأطفال تُناقش وتهتم بما يخص الطفل، وتشترك معها مجموعة من الأدباء وعلماء التربية وعلم النفس وعلم الاجتماع ورجال الدين، بالإضافة إلى الممارِسين الإعلاميِّين؛ بحيث يكون لديهم معلومات كافية عن احتياجات الأطفال وأساليب تربيتهم.

٦- الاهتمام بمقدِّمي ومُعِدِّي هذه البرامج، مع العناية بالنطق السليم والأداء الجيد والملابس الجذابة والموسيقى التصويرية المعبِّرة.

٧- أهمية تنوُّع الفقرات المقدَّمة في برامج الأطفال؛ فالأغنية تبعث في نفوس الأطفال البهجة وتُحفز نشاطهم، كما أن التمثيلية تُشبع ميول الأطفال في التقليد والتعبير عن أنفسهم، والجرأة في مخاطبة الجماعات والكشف عن قدرتهم وتوسيع آفاقهم، والتقليل من استيراد البرامج الأجنبية وانتقاء الجيد منها، والاهتمام بالإنتاج المحليّ والإنتاج العربيّ المشترك، والاهتمام بعرضه وفق أساليب وأشكال متميزة تضاهي مثيلاتها المستوردة.

٨- أن يتم الابتعاد عن الأسلوب الخطابيّ والتعليميّ، مع ضرورة تواجد لون من البرامج لكل مرحلة عمرية، بالإضافة إلى مراعاة العبارات البسيطة التي تنسجم في تسلسلها المنطقي ومعناها مع الحقائق والوقائع المحيطة ببيئة الطفل، وكذلك البعد عن العبارات المجردَّة التي تنبع من واقع الخيال المطلَق.

٩- يجب أن تراعي البرامج الأهداف التربوية التي تعطي الطفل مجالاً في الانتقال من مرحلة العزلة إلى مرحلة التكليف الاجتماعيّ، وألا تكون الإثارة التي ينبغي أن يتميز بها البرنامج على حساب لفت انتباه الأطفال واجتذابهم إلى مستوى الانقياد.

أوجه القصور في برامج الأطفال التليفزيونية:

لم تقتصر الأبحاث على بيان أهمية برامج الأطفال التليفزيونية وأهدافها ومضامينها وتأثيراتها المختلفة؛ بل تعرضت لنواحي القصور بها التي تمثلت فيما يلي:

١- ارتفاع نسبة موضوعات الخيال في برامج الأطفال التليفزيونية مقارَنةً بموضوعات الواقع؛ الأمر الذي يجعل الطفل يعيش في عالم من الأوهام والخيالات بعيدًا عن الخبرات الواقعية التي تهم حياته ومجتمعه(١).

٢- ضعف التنسيق بين التخطيط لإنتاج موادّ وبرامج الأطفال وبين الخطط التنموية للدولة، وضعف التنسيق بين أهداف صنّاع الرسالة الإعلاميّة الموجَّهة للأطفال ورغبات الأطفال نتيجة نقص البحوث والدراسات الميدانية والتحليلية في هذا المجال .

---

(١) إبراهيم الإمام: الإعلام الإذاعيّ والتليفزيونيّ، القاهرة، دار الفكر العربيّ، ١٩٩١، ص ٢٤٥.

٣- شيوع العنف في برامج الأطفال التليفزيونية على حساب القيم والفضائل التي يحرص المجتمع على تنميتها في الأطفال؛ فالبرامج تَعرض كثيرًا من المشاهد العنيفة من خلال الأفلام والرسوم المتحركة وأفلام الكارتون(١).

٤- هبوط المستوى اللغويّ للبرامج، واعتمادها بشكل رئيسيّ على اللهجات العامية، وكذلك بعدها عن معالجة القضايا التي تهم الأطفال وانشغالها بقضايا فرعية أخرى(٢).

٥- ضعف مستوى البرامج؛ حيث تتسم بنمطية الأداء وسطحية المضمون وعدم مواكبتها لمتطلبات العصر، وكذلك عدم إشباعها لحاجات الطفل نتيجة افتقارها للأسس العلمية في التخطيط والإنتاج والإعداد(٣).

٦- تأثُّر برامج الأطفال التليفزيونية بالثقافة الأجنبية والانبهار بالجانب الماديّ منها المتمثِّل في استيراد البرامج الأجنبية من منشأ ثقافيّ يختلف عن ثقافتنا العربية الإسلامية، وقلة الإنتاج المحليّ من البرامج التليفزيونية الموجَّهة للأطفال.

٧- تَناقُض القيَم التي تُقدِّمها البرامج مع القيم الإسلامية والعربية، وما ينجم عن ذلك من صراع لدى الطفل ينتج عن التناقض بين ما يمتصه الطفل من قيم أسرته وروضته، وبين ما تُقدمه هذه البرامج في بعض الأحيان من أفكار مستورَدة وقِيَم وافدة.

٨- إهمال مشاركة الأطفال في برامجهم، وفي حالة المشاركة فإن هناك العديد من الأخطار التي تقع، ومنها: مقاطعة المذيعة للأطفال وعدم احترامها لآرائهم، واختيارها لنوعيات معينة من الأطفال من مرتفعي المستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ مما يجعل أطفال الطبقة المتوسطة والدنيا يشعرون بالاغتراب ولا يُقبِلون على مشاهدة البرامج، بالإضافة إلى تلقين الأطفال الضيوف ما يقدمونه، وعدم تصحيح أخطائهم اللغوية ومعلوماتهم الخاطئة أثناء حديثهم(٤).

٩- عدم تعليق المذيعة على النماذج السلبية التي تَظهر في أفلام الرسوم المتحركة المعروضة ضمن إطار البرنامج، وفي ذلك إهمال لتعليم الطفل مهارات السلوك الاجتماعي القويم(٥).

---

(٢) صالح دياب هنديّ: أثر وسائل الإعلام على الطفل، عمان، ١٩٩٠، ص ٦٩.

(٣) عبد الفتاح أبو معال وآخرون: مرجع سابق، ص ٦٩.

(١) محمود حسن إسماعيل: "دور وسائل الثقافة والإعلام في تشكيل الوعيّ الثقافي للطفل"، مجلة الطفولة والتنمية العدد ١، القاهرة، نوفمبر ١٩٩٩م، ص ٤.

(٢) عاطف العبد: برامج الأطفال التليفزيونية، مرجع سابق، ص ٢٥٨.

(٣) سوزان أحمد عبد الجواد: مرجع سابق، ص ٢٣٢.

١٠- عدم تجانس ضيوف البرامج مع الأطفال، سواء من حيث السن والمستوى الاقتصاديّ والاجتماعيّ، بالإضافة إلى عدم قدرة المذيعة على السيطرة عليهم؛ مما يؤدي إلى إثارة الفوضى أثناء التصوير، ويبعث على ملل الأطفال المشاهِدين.

١١- افتقار البرامج إلى التخطيط القائم على معرفة طبيعة جمهور الأطفال.

يتبين من الدراسات السابقة أن البرامج الموجَّهة إلى الأطفال نادرًا ما تقوم على دراسة علمية تربوية تتناول خصائص نمو الأطفال وحاجاتهم ومطالبهم، باستثناء حالات بسيطة من تلك البرامج؛ الأمر الذي يشتت الجهد ويقلل المردود ويضيع الهدف من هذه البرامج(١).

القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية:

يُعرَّف القائم بالاتصال بأنه أي فرد داخل فريق العمل ينتمي لإحدى المؤسسات ويضطلع بمسئوليتها في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا مباشرًا من خلال الحلقات المختلفة لعملية صنع الرسالة الاتصالية، بدءًا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاءً بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه(٢).

ويُعبَّر عن القائم بالاتصال بأنه المصدر الاتصالي، أو المرسِل، أو القائم بالاتصال أو حارس البوابة، وكثرة الأسماء من دلالات عِظَم المسمى(٣).

فالقائم بالاتصال هو فرد أو فريق منظَّم، يرتبط بصورة مباشرة أو غير مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلاميّة، أو أي فرد له علاقة في سير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عن طريق الوسائل الإعلاميّة، وغالبًا ما يَسير القائم بالاتصال في إطار تحقيق سياسة معينة؛ وبالتالي فإن عمله يتحدد بهذه السياسة، ولا شك أن البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال تؤثِّر فيه، وعليه أن يأخذ في الاعتبار البيئات الأخرى، ولا سيما البيئة المرتبطة بالجمهور الذي يَتوجه إليه، ومن المفروض أن يتحكم القائم بالاتصال في مضمون الرسالة ووسائل الاتصال والمستقبِل(٤)، كما أنه يعمل في إطار فريق عمل ليَكون مسئولاً عن إنتاج رسالته التي تؤثر بدورها في جمهوره المستهدَف. وفي مجال برامج الأطفال التليفزيونية

---

(٤) سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، القاهرة، دار النهضة المصرية، ١٩٩٩، ص ١٣٠.

(١) نجوى الفوال: "القائم بالاتصال في وسائل الإعلان"، دراسة ميدانية، مجلة عالم الفكر الكويتية، العدد ١، ٢، المجلد ٢٣، يوليو/سبتمبر، أكتوبر/ ديسمبر ١٩٩٤م، ص ص ١٥١-١٥٣.

(٢) هادي نعمان الهيتي: "ثقافة الأطفال"، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٨م، ص ١٥١.

(٣) محمد عليّ العويني: الراديو والتنمية السياسية، القاهرة، عالم الكتب، د.ت ١٩٧٨، ص ١٧.

يُقصَد بالقائم بالاتصال بأنه الشخص المنوط بإنجاز العمل في مثل هذه البرامج إعدادًا أو تقديمًا أو إخراجًا، ولا بد من أن يمتلك بالاتصال في مثل هذه البرامج القدرة على إخراج البرامج الموجَّهة للطفل إلى حيز التنفيذ، بما تتضمنه من جودة الإعداد وحسن التقديم حتى يؤدي الرسالة التي يهدف إليها البرنامج، كما يؤدي اختيار القائم بالاتصال للصور المعروضة والمحتوى المناسب والحركة المتوافقة مع خصائص نمو الطفل دوره في امتصاص الطفل لما تَعرِضه هذه البرامج من معلومات ومعارف، وما تهدف لغرسه من قِيَم واتجاهات.

وبتحليل التعريفات التي تناولَت القائم بالاتصال بشكل عام، نجد أنها كشفت عن السمات والعناصر الآتية :

١- القائم بالاتصال قد يكُون شخصًا أو قد يكون فريق عمل.

٢- القائم بالاتصال هو صانع الرسالة الإعلاميّة ومحدد مضمونها، بدايةً من:

- وضْع الفكرة وبلورتها، سواء كانت من إنتاجه أو من إنتاج غيره.
- صياغة الفكرة وتحديد مراحلها.
- تحديد السياسة العامة.
- اختيار الوسائل التي ستقوم بنقل الفكرة.
- إخراج الفكرة وتوصيلها للجمهور.

٣- القائم بالاتصال هو الذي يحدِّد عملية الاتصال واتجاهاتها، وهو أحد أهم عناصرها.

٤- القائم بالاتصال يجب أن يتوفر فيه ما يلي:

- الخلفية الواسعة عما يؤمن به من أفكار واتجاهات.
- القدرة على التأثير على الجمهور؛ وهذا يَتطلب توافر أساليب وأدوات الإقناع.
- إمكانيات ووسائل إعلاميّة متاحة.

٥- القائم بالاتصال لا يعمل في الفراغ؛ وإنما وفق مؤسسة أو أنظمة تُحدِّد له سياسته العامة التي يقوم عليها العمل الاتصالي وإعلامه.

ولعل مقدِّم هذه البرامج هو أكثر القائمين بالاتصال أهميةً في توجيه سلوك الطفل والتحاور معه ومناقشته؛ وذلك للوقوف على ما يدور بذهنه من تساؤلات واستفسارات وتعزيز السلوكيات والتصرفات الإيجابية وتعديل السلبي منها، حيث يَرجع النجاح في ذلك لقدرة مقدِّم هذه البرامج على التأثير والإقناع على جمهور الأطفال، سواء المشاهدون للبرامج أو الذين يشتركون في تقديم البرامج واختيار فقراتها، والأهم من كل ذلك قدرته على عقد الصداقات بينه وبين الأطفال، هذا بجانب كونه قدوةً للأطفال في الأقوال والأعمال والأفعال؛ حتى لا

يناقِض قوله وعمله وفعله؛ فالطفل يتأثر بالأفعال والسلوكيات أكثر من الوعظ والنصح والإرشاد.

أهمية دور القائم بالاتصال:

يُعدّ القائم بالاتصال من أهم العناصر التي تجعل عملية الاتصال فعّالة؛ فهو الذي يحدّد الهدف من عملية الاتصال، وهو الذي يحدّد المضمون الأفضل للرسالة والجمهور الذي ستوجَّه إليه، ويحدّد أيضًا كيفية النفاذ إلى عقل الجمهور وقلبه، كما يُحدد الوقت الملائم للاتصال، ويتابع رجع الصدى، ويُقوّم نتائج الاتصال، فالقائم بالاتصال هو محور العملية الإعلاميّة وعمودها الفقريّ، ودوره لا يقل أهميةً عن مضمون الرسالة عندما يتحدد تأثير الرسالة الإعلاميّة[1].

والقائم بالاتصال في الإنتاج الإعلاميّ الموجَّه للأطفال هو الذي يتولى صياغة الأفكار والمعاني والمعلومات التي يسعى لتوصيلها، وهو الذي يتصل بجمهور الأطفال عبر وسيط اتصاليّ، كما أنه هو وسيلة الاتصال، ويَلزم أن تتوفر لديه مهارات ترميز؛ أي يستطيع أن يضع المضمون الإعلاميّ المقدَّم في رموز بحيث يُحدِث أعمق تأثير ممكن في فِكر الأطفال ووجدانهم، بالإضافة إلى معرفته بدرجة نموهم العقليّ والعاطفيّ واللغويّ والاجتماعيّ، بحيث تنسجم مع قدرات الوسيلة الاتصالية المستخدمة؛ حيث إن لكل وسيلة من وسائل الاتصال قدرات، فإذا استُغِلت بمدى واسع أحدثَت أعمق تأثير. فالقائم بالاتصال لا بد أن يجتهد في الإلمام بكل ما يتعلق بالأطفال كجمهور للإنتاج الإعلامي[2]؛ حيث يصمِّم الرسالة في شكل يثير انتباههم من خلال ما يزوِّد به رسالته من إمكانيات تجعلها جذابة، مع استخدامه للرموز التي يستطيع الأطفال فك شفرتها دون عناء ليثير أخيلتهم وأفكارهم ويلفت انتباههم.

ويبدأ القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية عمله بتحديد الفكرة أو المهارة أو ما شابه ذلك، ثم يقوم بدراسة هذه الفكرة وجمْع المعلومات المناسبة عنها وتنظيمها وتبويبها، وتحديد واختيار الأسلوب أو الوسيلة أو اللغة المناسبة لها، ثم عليه أن يقوم بشرح هذه الفكرة أو المهارة وتوضيحها لمَن هم في حاجة إليها عن طريق اللغة أو الوسيلة التي اختارها في الوقت المعين، مراعيًا في ذلك خصائص نمو الطفل في المرحلة التي يقدَّم لها البرنامج وخصائص البيئة المحلية التي يقوم بها البرنامج، إلا أنه ما لم يُلِمّ القائم بالاتصال ببيئة الاتصال؛ فإن الرسالة الإعلاميّة سيكون مصيرها الإخفاق، ولا شك أن فاعلية نظم الاتصال

---

(١) جيهان روشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٩١م، ص ٢٩٣.

(٢) مصطفى عبد السميع محمد: مقدّمة في الاتصال والوسائل التعليمية، القاهرة، مركز التنمية البشرية والمعلومات، ١٩٩٨م، ص ٢٤.

والإعلان تأتي أساسًا من فاعلية العاملين فيه وكفاءاتهم، ومن ناحية ثانية يُعدّ توافر هذه الكوادر المدرَّبة مطلبًا أساسيًّا لإقامة صناعات اتصالية وإعلاميّة فعّالة.

نجاح القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية في عمله:

إن حب الأطفال وحب العمل من أجلهم يدفع القائم بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية إلى بذل المزيد من الجهود وتَحمُّل المشكلات التي تواجهه في عمله، وهذا الحب هو صلاحه الأقوى للتغلب على هذه المشكلات، ولنجاح القائم بالاتصال في مثل هذه البرامج اعتبارات لا بد من مراعاتها، منها ما يلي:

١- أن يَكون القائم بالاتصال في مجال برامج الأطفال التليفزيونية على علم بالاعتبارات التربوية والنفسية والفنية التي تُنظِّم عمله وتوجهه، وأن يَكون على دراية بخصائص جمهوره، وأن تَكون لديه المعلومات والأفكار التي تثري عمله وترشده ليقدم للأطفال إنتاجًا جيدًا.

٢- أن تقديم إنتاج إعلاميّ للأطفال عبر التليفزيون يحتاج إلى الموهبة الحقيقية والتخصص والممارسة والدراسات المتعمقة في التربية واللغة وعلم النفس، بل يحتاج إلى خبرات عملية في دنيا الأطفال(١).

٣- يجب على القائم بالاتصال في هذا المجال أن يتابِع الأبحاث والدراسات العلمية المرتبطة بعمله ويهتم بها، ويداوِم على الاطلاع عليها ويَحترم نتائجها ويَعمل وفق هذه النتائج، وعليه أن ينمِّي مِن ثقافته العامة التي سوف تمكِّنه من العطاء المستمر؛ فالثقافة العامة هي المنهل الذي ينهل منه فيُعزِّز إنتاجه وتتعدد ابتكاراته.

٤- تفرُّغ القائم بالاتصال للعمل في برامج الأطفال التليفزيونية ضرورة من ضرورات تقديم إنتاج على مستوى راقٍ ومتقدم؛ لأنه يعطي فرصة أكبر للإبداع والإنتاج المتميز.

٥- تَوفُّر الدخل المناسب والحوافز المناسبة للقائم بالاتصال؛ حيث يُعتبر هذا العامل من أهم العوامل التي تؤثِّر على القائم بالاتصال، فكلما توافَر له الدخل المناسب كلما تَحسَّن أداؤه وكثر إنتاجه واستقر في عمله.

٦- تَوفُّر مكان مناسب لعمل القائم بالاتصال؛ فوجود مكان مناسب للقائم بالاتصال يوفِّر له الراحة اللازمة كي يبدع في إنتاجه ويقدِّم إنتاجًا إعلاميًّا متميزًا، وتنظيم العمل في برامج الأطفال بروح الفريق.

---

(١) يعقوب الشارونيّ: ثقافة الطفل، سلسلة بحوث ودراسات، المركز القوميّ لثقافة الطفل، القاهرة، وزارة الثقافة، ١٩٨٨، ص ٣٨.

٧- تَوفُّر خامات وخدمات العمل؛ حيث يحتاج العمل في الإنتاج الإعلاميّ التليفزيوني الموجَّه للطفل إلى سلسلة من الخدمات الإنتاجية المختلفة التي تتولى تأمين كافة الاحتياجات التي تتطلبها عمليُة الإنتاج، وتُعدّ هذه الخدمات بمثابة العمود الفقري للعمل[١].

٨- التدريب المستمر للقائم بالاتصال، وهو أهم طرق رفع كفاءته وزيادة مهاراته، وبدونه لا يمكن أن يتحسن الأداء في مجال الإنتاج الإعلاميّ؛ فالقائم بالاتصال المدرَّب تدريبًا دقيقًا يدرك الأهمية الاجتماعية للدور الذي يتطلع به، ويَعلم فائدة رسالته التي يريد أن يوصلها للجمهور، ويُدرك خصائص الوسيلة الإعلاميّة التي يستَخدمها، ويَدرس اهتمامات الجمهور المتنوعة ومستويات إدراكهم.

الدراسات السابقة:

١- دراسة أشرف جلال ٢٠٠٧:

بعنوان: دور برامج الأطفال بالقنوات الفضائية العربية في نشر المفاهيم والقيم السلوكية لدى الأطفال العرب في المرحلة العمرية من (٩ – ١٤).

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على طبيعة وحدود ومدى اهتمام وأثر القنوات الفضائية العربية المتخصصة الموجَّهة للأطفال في المرحلة العمرية من سن (٩ – ١٤) سنة على نشر المعاني والقيم والمفاهيم والسلوكيات الإيجابية والسلبية، وكذلك رصد العوامل الوسيطة المؤثرة في طبيعة وحدود هذا الدور.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلاميّ.

أدوات الدراسة:

اعتمدت على أداتي تحليل المضمون والاستبيان.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة التحليلية هي برامج الأطفال بقنوات "الجزيرة للأطفال" و"أرتينيز" و"إم بي سي ٣ " و"سبيس تون"، خلال الفترة من ٢٠٠٧/١/١ إلى ٢٠٠٧/٣/٣١، وشملت عينة الدراسة الميدانية ٤٤٠ مفردة من الأطفال العرب في المرحلة العمرية من سن (٩ – ١٤) سنة المقيمين بالدوحة.

---

(١) محمد معوض: فنون العمل التليفزيونيّ، مرجع سابق، ص ٦٩.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- تختلف توجهات القنوات العربية المتخصصة الموجَّهة للأطفال، سواء من حيث نوع المحتوى، أو مصدره، أو نوع وطبيعة القيم، أو الأهداف المقدَّمة .

- هناك علاقة ارتباطية واضحة بين مَصدر المحتوى ونوعه، وتظهر هذه العلاقة بشكل واضح وتتصدر الرسوم المتحركة أنواع المضامين التي تُقدمها برامج الأطفال العربية، سواء قُدمت بشكل مستقل أو كفقرة داخل البرنامج.

- تزيد القِيَم السلبية التي تنقلها برامج الأطفال لتُرسِّخ حالة من حالات التأثير السلبيّ على عقلية وبناء الطفل العربيّ، ويَظهر ذلك في سيادة بعض القيم، منها: العُدوان، والخيانة، والظلم، والكذب والأنانية.

- يَرتفع معدَّل التعرض لبرامج الأطفال في جميع عينات الدراسة باختلاف جنسياتها ونوعها وأعمارها، ويساهم هذا التعرض في زيادة الاتجاه الإيجابىّ نحو هذه القنوات.

٢-دراسة عربي الطوخى (٢٠٠٧):

بعنوان: العلاقة بين تعرض الطفل لبرامج الأطفال في قنوات الأطفال العربية واكتسابهم للمفاهيم العلمية.

تهدف الدراسة إلى:

الإجابة على التساؤل التالي: ما العلاقة بين تعرُّض الطفل لبرامج الأطفال في قنوات الأطفال العربية واكتسابهم للمفاهيم العلمية؟

منهج الدراسة:

منهج المسح، وذلك من خلال إجراء دراستين: الأولى تحليلية على عينة من البرامج، والثانية: ميدانية على عينة من الأطفال.

عينة الدراسة:

برامج في قناتي الجزيرة للأطفال و MBC، بلغت أربعة برامج في القناتين بإجمالي ٢٨ حلقة في الفترة من ٢٠٠٦/١٠/١ إلى ١/٣٠ من العام نفسه، وكذلك عينة من الأطفال ممن تتراوح أعمارهم بين (٩ – ١٢) سنة من الذكور والإناث في محافظة القاهرة من المدارس الحكومية والخاصة بلغت (٢٦٠) طفلاً وطفلة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

١- أظهرت الدراسة ارتفاع مشاركة الأطفال في برامجهم من خلال الاتصال من خلال الإنترنت، يليها المشاركة من خلال التصوير الخارجيّ.

٢- أن ٨٥,٧ % من برامج الأطفال إنتاج دوليّ، بينما بلغ حجم الإنتاج المحليّ ١٤,٣ %.

٣- المفاهيم العلمية الواردة في برامج الأطفال خلال فترة الدراسة التحليلية ستة مفاهيم، هي: مفهوم النبات، مفهوم الحشرات والطيور، مفهوم الماء، مفهوم الهواء، مفهوم الحيوانات، مفاهيم الطاقة "المغناطيس والضوء".

٤- أظهرت النتائج أن جميع الأطفال عينة الدراسة يشاهدون قنوات الأطفال العربية، وتزداد المشاهدة بصفة غير منتظمة أحياناً بنسبة (٦٦,٢ %)، ومنتظِمة (٢٦,١ %)، ونادرًا (٧,٧ %).

٥- ارتفاع نسبة مشاهدة الأطفال عينة الدراسة لقنوات: MBC٣، الجزيرة للأطفال، سبيستون، أرتينيز، النيل للأسرة والطفل.

٦- جاءت نتائج دوافع مشاهدة لبرامجهم مُرتَّبة كالتالي: التعرف على معلومات ومعارف تفيدني، التسلية والترفيه، حب مشاهدة برامج الأطفال، تَعرِض معلومات أفهمها بسهولة، قضاء وقت الفراغ، تُحسِّن فهمي واستيعابي للمقررات الدراسية، للتعرف على حقائق العلوم، بحكم التعود على المشاهدة.

٧- أوضحت النتائج أن الأطفال يكتسبون مفاهيم علمية من برامج الأطفال بنسبة ٨٥ %، وأن ١٥ % فقط لم يكتسبوا مفاهيم علمية.

٨- أكد ٧٢,٩ % أن المفاهيم العلمية المقدّمة من قنوات الأطفال العربية عُرضت بطريقة سهلة ومفهومة، في حين أكدت النسبة المتبقية عكس ذلك.

٣- دراسة سوزان عبد الجواد حامد ١٩٩٨م:

بعنوان: "برامج الأطفال في التليفزيون المصريّ المقدَّمة على القناة الأولى، دراسة استطلاعية مقارِنة بين الجنسين".

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على رأي الأطفال في المرحلة العمرية من سن (٩ - ١٢) سنة في البرامج التي تُقدَّم إليهم في التليفزيون المصريّ على القناة الأولى، وتحديد المؤشرات المتصلة بعادات وأنماط المشاهدة، وأسباب تفضيلهم لبعض البرامج، وأهم الفقرات والمواد المحببة إليهم، بالإضافة إلى استطلاع رأي القائمين بالاتصال من معدّي ومُخرجي ومقدّمي برامج الأطفال بالقناة الأولى حول برامج الأطفال وأهدافهم، والجهات المسئولة عن التخطيط والتقييم للبرامج ومقترحاتهم لتطويرها لتساهم في إبراز جوانب النمو المختلفة للطفل المصري.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

عينة الدراسة:

عينة عشوائية من الأطفال من سن (٩ – ١٢) سنة، وعينة ٣٠ مفردة من الأطفال، ٣٣ مفردة من المخرجين والمُعدِّين والمقدِّمين لبرامج الأطفال المعروضة على القناة الأولى.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١- يشاهِد أغلب أطفال العينة برامج الأطفال ولمدة ساعة على الأقل يوميًّا، وأحيانًا يشاهِدون البرامج بمفردهم بنسبة ٦٧,٧٠ % للذكور في مقابل ٦٤ % للإناث.

٢- يُفضِّل الأطفال من الجنسين ومن المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة عرض البرامج يومَي الخميس والجمعة والعطلات بنسبة ٦٤,٦٧ % ذكور في مقابل ٦٨,٦٧% للإناث.

٣- من أكثر البرامج التليفزيونية التي يفضلها الأطفال: صباح الخير، مساء الخير، دنيا الكرتون، سينما الأطفال، عروستي، فنون وكرتون، ومن أسباب تفضيلهم لتلك البرامج: أن بها رسومًا متحركة بنسبة ٧٤ %؛ لأنهم يستفيدون من معلوماتها بنسبة ٦٦,٦٧ %، لأنها شيقة ومسلية بنسبة ٥١,٣٣ %، لأنه يقدِّمها أطفال بنسبة ٢٨,٦ %.

٤- من أكثر الفقرات المفضَّلة للأطفال في برامجهم المتحركة الرسوم المتحركة، أفلام الأطفال، الفوازير والمسابقات، قصص الحيوانات، المعلومات العامة.

٥- بيَّنَ معظم العاملين في برامج الأطفال أن لديهم عقبات تواجههم أثناء عملهم بنسبة ٨٨ %، منها عقبات مالية ٦٣ %، إدارية ٦٠ %، وفنية ٥١ %.

٤-دراسة: جولد سميث Gold smith (١٩٨٨):

بعنوان: العلاقة بين سلوك الأطفال أثناء مشاهدة التليفزيون ونمو المفاهيم الاجتماعية لديهم:

The Relationship between The children behavior in watching T.V. and growing The social concepts.

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على العلاقة بين مشاهدة الأطفال للتليفزيون ونمو المفاهيم الاجتماعية لديهم.

منهج الدراسة:

منهج المسح والمنهج التجريبي.

أدوات الدراسة:

- استمارة استبيان بالمقابلة.
- اختبار العلاقات الاجتماعية.

- اختبار المسايرة الاجتماعية.

عينة الدراسة:

عينة ميدانية من الأطفال من سن (٨ – ١٠) سنوات قوامها ٣٤ طفلاً، منهم ١٦ ذكور و١٨ إناث.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

١- يتراوح عدد ساعات المشاهَدة الفعلية للتليفزيون بين ٥,٣٠ ساعات إلى ٣٨,٣٠ ساعة أسبوعيًّا، ولا توجد فروق دالة إحصائيًّا بين كثافة المشاهدة والنوع والعمر.

٢- أهم البرامج التي يُقبل على مشاهدتها الأطفال هي: المواد الكوميدية، والرسوم المتحركة، وبرامج الأطفال.

٣- هناك ارتباك دال إحصائيًّا بين ارتفاع فهم المفاهيم الاجتماعية الواردة في التليفزيون، مثل: الصداقة، والتعاون، والاحترام، ودرجات المسايرة الاجتماعية للأطفال.

٥-دراسة: نيكن بيتر Nikken Peter (١٩٩٧):

بعنوان: قياس آراء الأطفال في برامج الأطفال التليفزيونية:

Children views on Quality standards For children Television programs

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على آراء الأطفال في البرامج التليفزونية المقدَّمة إليهم.

منهج الدراسة:

المنهج المسحيّ الوصفيّ.

أدوات الدراسة:

استمارة استبيان للأطفال.

عينة الدراسة:

عينة ميدانية من الأطفال سن (٩ – ١٢) سنة، قوامها ٢٠٠ طفل وطفلة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

توصلت الدراسة إلى أن أفضل البرامج التليفزيونية المقنِعة للأطفال – من وجهة نظرهم – هي البرامج الدرامية والتعليمية والإخبارية وبرامج الكارتون، ومن أسباب تفضيلهم لهذه البرامج أنها تتميز بالمصداقية والشمول والتسلية والإثارة، بالإضافة إلى ما تقدمه من معلومات.

٤- دراسة: باسكير ودومينيك Pasquier, Dominique (١٩٩٩).

بعنوان: برامج الأطفال التليفزيونية: دراسة تحليلية:

Children Television Programs: A content Analysis

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على سلبيات وإيجابيات البرامج المقدَّمة للأطفال.

منهج الدراسة:

المنهج المسحيّ.

أدوات الدراسة:

استمارة تحليل المضمون.

عينة الدراسة:

عينة برامجية من برامج الأطفال المعروضة في التليفزيون في الفترة من يناير إلى ١٩٩٩.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

١- جميع لبرامج المعروضة تشجِّع على العنف؛ مما يؤثر على القيم والأخلاق.

٥- دراسة روبين "Rubin" ١٩٨٦:

بعنوان: تأثير الأسرة والسن في أنماط مشاهدة الأطفال لبرامج التليفزيون:

"Age and family control influences on children's television program viewing

تهدف الدراسة إلى:

التعرف على نوع العلاقة بين توجيه وإرشاد الأبوين، وبين ما يَتعرض إليه الأطفال من سن (٥ – ١٢) سنة بالتليفزيون.

عينة الدراسة:

عينة من الأطفال قوامها ١٦٢ طفلاً من أطفال المدارس الابتدائية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

١- يتأثر الأطفال صغار السن بمشاهدة التليفزيون بدرجة أكبر ممن هم أكبر سناً.

٢- الآباء هم الأكثر مشاركة للأطفال في مشاهدة التليفزيون.

٣- البرامج المفضّلة لدى الأطفال الصغار هي الرسوم المتحركة، بينما كانت البرامج الفكاهية هي المفضّلة لدى الأطفال الكبار.

٤- يتدخل الآباء في تحديد وقت مشاهدة التليفزيون للأطفال الأصغر أكثر من تَدخُلهم في مشاهدة الأطفال الأكبر سناً.

خطوات إعداد مقياس الاتجاهات الإيجابية:

١- قامت الباحثة بتحديد البيانات المطلوب جمعها عن برامج الأطفال التليفزيونية، وذلك من خلال الرجوع إلى المشكلة البحثية، والتساؤلات المطلوب الإجابة عليها، والفروض المراد اختبارها، ومراجعة الدراسات السابقة.

٢- قامت الباحثة بإعداد مقياس الاتجاهات الإيجابية في صورتها الأوليّة؛ حيث قَسَّمت القياس إلى أربعة محاور رئيسية، ووَضعت تحت كل محور مجموعة من الأسئلة. وقد تمثّلت محاور المقياس فيما يلي:

- البعد الأول: الميل إلى المتابعة.
- البعد الثاني: الميل إلى المشاركة.
- البعد الثالث: الميل إلى المشاهدة الناقدة.
- البعد الرابع: الميل إلى الاستفسار.
- الجزء الخاص بالبيانات الشخصية للأطفال المبحوثين عينة الدراسة.

* عدد بنود المقياس في الصورة النهائية ٢٩ بندًا.

تقنين المقياس:

أولا: صدق المقياس:

قامت الباحثة بإجراء (اختبار الصدق validity test)؛ حيث تم مراجعة تلك الاستمارة منهجيًا وعلميًا عن طريق عرضها على مجموعة من الخبراء المتخصصين في موضوع الدراسة(١) (عددهم (١٩) محكمًا)؛ وذلك لدراسة الشكل العام لتكوين الصحيفة، ومراجعة

---

(١) أسماء السادة الأساتذة المحكمين مرتبة ترتيبا هجائيا للمقياس:

١- أ . م . د/ أماني إبراهيم - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
٢- أ . د/ إبتسام الجنديّ - كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
٣- أ . د/ إعتماد خلف- معهد درسات الطفولة - جامعة عين شمس.
٤- أ . د/ بركات عبد العزيز- كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
٥- أ . د/ جيهان يسريّ - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
٦- أ . م . د/ خالد صلاح الدين - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
٧- أ . د/ سعد عبد الرحمن - كلية البنات - جامعة عين شمس.
٨- أ . م . د/ صالح العراقيّ - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق.
٩- أ. د/ عالية عبد العال - كلية البنات - جامعة عين شمس.
١٠-أ . د/ عليّ راشد - كلية التربية - جامعة حلوان.
١١-أ . د/ فاطمة القلينيّ - كلية البنات- جامعة عين شمس.
١٢-أ . د/ ماجي الحلوانيّ - كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

صياغة الأسئلة، ومراجعة المادة العلمية الواردة في الاستمارة ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة ومدى كفايتها في الإجابة على تساؤلات الدراسة، وقد أشار هؤلاء المحكمون إلى صلاحية المقياس لقياس ما استهدَفت قياسه، وذلك بعد إجراء عدد من التعديلات البسيطة.

وقد قامت الباحثة بحساب صدق بنود المقياس باستخدام معادلة "لاوش"، وكانت درجات صدق البنود تتراوح ما بين (.٧٥ - ١). ومما سبق يُستدلّ على أن المقياس كان صادقًا؛ أي قادرًا على قياس ما وُضِعَ لقياسه.

ثانيا: ثبات المقياس:

قامت الباحثة بإجراء (اختبار الثبات Reliability test) للمقياس؛ وذلك للتحقق من ثبات المقياس، وتم ذلك باستخدام "**طريقة التناسق الداخلي**"، وتعتمد هذه الطريقة على مدى ارتباط البنود بعضها مع بعض داخل المقياس، وكذلك ارتباط كل بند مع المقياس ككل.

وقد تم حساب مُعامل ثبات البنود التي يتكون منها المقياس بحساب معامل ألفا (α)، وبلغت قيمة مُعامل الثبات(.٦٤)؛ مما يدل على ثبات المقياس.

برامج الأطفال المستخدمة في التطبيق:

قامت الباحثة بإختيار مجموعة من البرامج التي قامت بتعريض الأطفال إليها من خلال إستطلاع آراء الأطفال ومعرفة أعلى نسبة مشاهدة للأطفال لبرامج الأطفال المقدمة إليهم .

١- برنامج "اتخرج في يوم" mbc٣.

٢- برنامج "عيش سفاري"mbc٣.

٣- برنامج "الفائز أبي" الفضائية المصرية.

عرض النتائج وتفسيرها:

١٣-أ . د/ محمد معوض - معهد درسات الطفولة - جامعة عين شمس.

١٤-أ . د/ محمود إسماعيل- معهد درسات الطفولة - جامعة عين شمس.

١٥-أ . د/ منال الهنيديّ - كلية البنات - جامعة عين شمس.

١٦-أ . د/ منى الحديديّ- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

١٧-أ . د/ منى عمران - معهد درسات الطفولة - جامعة عين شمس.

١٨-أ . د/ وليد فتح الله - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

جدول (١)

الإحصاء الوصفي لعينة الأطفال ككل (القبلي)

المقياس / مجموعات المقارنة	ن	المتوسط	الانحراف المعياري
مقياس الاتجاهات الإيجابية	٩٠	٦١,٩٤	٦,١٧
الميل إلى المتابعة	٩٠	١٦,٥	٢,٨٥
الميل إلى المشاركة	٩٠	١٥,٢	٢,٤٢
الميل إلى المشاهدة الناقدة	٩٠	١٥,١	٢,٣٢
الميل إلى الاستفسار	٩٠	١٥,٣	٢,٢٣

جدول (٢)

الإحصاء الوصفي لعينة الأطفال ككل (البعدي)

المقاييس / مجموعات المقارنة	ن	المتوسط	الإنحراف المعياري
مقياس الاتجاهات الإيجابية	٩٠	٧٧	٥,٣
الميل إلى المتابعة	٩٠	٢١,١	٢,٢١
الميل إلى المشاركة	٩٠	١٨,٤	١,٧٧
الميل إلى المشاهدة الناقدة	٩٠	١٨,٨	١,٥٣
الميل إلى الاستفسار	٩٠	١٨,٧	١,٦١

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الأطفال القبلية والبعدية لأبعاد: مقياس الاتجاهات الإيجابية، والميل إلى المتابعة، والميل إلى المشاركة، والميل إلى المشاهدة الناقدة، والميل إلى الاستفسار، والمقياس ككل.

جدول (٣)

اختبار (t-test) للعينات المرتبطة لدلالة الفروق القبلية والبعدية للعينة (ن = ٩٠)

المقاييس / مجموعات المقارنة	قبلي / بعدي	المتوسط	الإنحراف المعياري	الفروق: المتوسط	الفروق: الانحراف المعيارى	قيمة (ت)	درجات الحرية	الدلالة
الميل الي المتابعة	قبلي بعدي	١٦,٥٣ ٢١,١٠	٢,٨٥ ٢,٢١	٤,٥٧	٢,٣٦	*١٨,٣٩	٨٩	٠,٠٠
الميل الي المشاركة	قبلي بعدي	١٥,٠٢ ١٨,٤٣	٢,٤١ ١,٧٦	٣,٤١	٢,١٣	*١٥,١٦	٨٩	٠,٠٠
الميل الي المشاهدة الناقدة	قبلي بعدي	١٥,٠٦ ١٨,٧٨	٢,٣٢ ١,٥٣	٣,٧١	٢,١٥	*١٦,٣٩	٨٩	٠,٠٠
الميل الي الاستفسار	قبلي بعدي	١٥,٣٢ ١٨,٦٦	٢,٢٥ ١,٦	٣,٣٣	٢,٢٥	*١٤,٠٣	٨٩	٠,٠٠
الكلي	قبلي بعدي	٦١,٩٤ ٧٦,٩٧	٦,١٧ ٥,٢٩	١٥,٠٢	٥,٨٠	*٢٤,٥٩	٨٩	٠,٠٠

مقترحات الدراسة:-

١- مراعاة المرحلة العمرية للأطفال المستهدَفين من البرامج عند التخطيط، مع ضرورة تقديم برامج أطفال مناسبة لكل مرحلة عمرية من مراحل الطفولة المختلفة؛ حيث إن لكل مرحلة خصائصها واحتياجاتها ومشاكلها والمستوى اللغويّ المناسِب لها وفقًا لرؤية علماء النفس والاجتماع.

٢- التركيز على التخطيط التربويّ السليم القائم على أسس علمية سليمة لبرامج الأطفال من خلال المتخصصين في مجالات التربية وعلم النفس والإعلام؛

مما يجعل هذه البرامج أكثر تشويقًا للطفل وأكثر قدرةً على إشباع حاجاته المختلفة.

٣- إعطاء القدوة الحسنة للطفل عن طريق مقدِّمي ومقدِّمات برامج الأطفال التليفزيونية والممثلين والشخصيات المحورية في البرامج، وذلك من حيث المظهر والسلوك والشخصية.

٤- التعاون المستمر بين المسئولين عن برامج الأطفال التليفزيونية والجامعات ومراكز البحوث من أجل الاطلاع على كافة الدراسات التي تخص برامج الأطفال ووضعها في الاعتبار عند التخطيط.

٥- إنشاء مكتبة خاصة بإدارة برامج الأطفال تحتوي على جميع ما يدور حول الطفل من دراسات وأبحاث وكتب وبرامج مسجَّلة؛ وذلك للرجوع إليها عند إعداد برامج الأطفال.

٦- عقد دورات تدريبية متخصصة للقائمين بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية بشكل دوريّ منتظِم للتعرف على كل ما هو جديد في عالم الطفل والاستفادة منه في إعداد وتقديم البرامج.

٧- العمل على تذليل كافة العقبات الفنية والإدارية والمادية التي تواجِه القائمين بالاتصال في برامج الأطفال التليفزيونية.

٨- عقْد دورات تدريبية متخصصة للكُتّاب الذين يكتبون حلقات لبرامج الأطفال من خارج التليفزيون، وكذلك للشخصيات المحورية الثابتة في البرامج كي يتفهموا طبيعة الأطفال وكيفية التعامل معهم وإشباع حاجاتهم.

٩- الاهتمام بإجراء الدراسات الميدانية من ناحيةٍ للتعرف على ردود أفعال الأطفال تجاه برامجهم، وإجراء الدراسات التحليلية من ناحيةٍ أخرى لتحديد أهم نقاط الضعف التي تعاني منها هذه البرامج.

١٠- ضرورة أن يكون للطفل دورًا فعالاً ومشاركة نشطة في برامجه، وألا يقتصر دوره على المتلقي السلبيّ، بالإضافة إلى ضرورة أن تثير برامج الأطفال حب الاستطلاع عند الطفل والرغبة في استكشاف البيئة المحيطة به.

المراجع:

١. إبراهيم الإمام: الإعلام الإذاعيّ والتليفزيونيّ، القاهرة، دار الفكر العربيّ، ١٩٩١.
٢. اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ٢٠٠٤/٢٠٠٣.
٣. اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ٢٠٠٦/٢٠٠٧.
٤. اتحاد الإذاعة والتليفزيون. الخطة الإعلاميّة العامة لعام ١٩٩٩/٢٠٠٠.
٥. اتحاد الإذاعة والتليفزيون. "الكِتاب السنويّ ٢٠٠١/٢٠٠٢.
٦. أحمد محمد الزياديّ وآخرون، محمد عبدالله عودة، إبراهيم يسين الخطيب: أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط١، القاهرة، دار المعارف، (٢٠٠٠م).
٧. أشرف محمد إبراهيم قادوس: "القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتليفزيون المصريّ"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة)، ٢٠٠٢.
٨. أميرة صابر محمود أحمد: جوانب المعرفة الاجتماعية التي تعكسها برامج الأطفال في التليفزيون المصريّ وعلاقتها بالمراهق من سن (١٣ - ١٨) سنة، جامعة عين شمس - كلية الآداب -.(٢٠٠١ - رسالة ماجستير.
٩. الكِتاب السنويّ لاتحاد الإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٦/٢٠٠٥م.
١٠. برامج الأطفال في محطات التلفزة المحلية والعربية، المجلس الأعلى للأسرة بالشارقة، ٢٠٠٢.
١١. حامد عبد السلام زهران. علم النفس الاجتماعيّ، ط٦، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٣).
١٢. جيهان روشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، الأنجلوالمصرية، ١٩٩١.
١٣. جيهان عبد السلام عوض: أثر برامج الأطفال التليفزيونية على السلوك الاجتماعيّ للطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة من ٩ - ١٢ سنة، دراسة تجريبية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم إذاعة، ١٩٩٧م.
١٤. سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعيّ والإعلاميّ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠).
١٥. سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، القاهرة، دار النهضة المصرية، ١٩٩٩.
١٦. سهير جاد، سامية أحمد عليّ: "البرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩١).
١٧. سوزان عبد الجواد حامد: برامج الأطفال في التليفزيون المصريّ المقدّمة على القناة الأولى، دراسة استطلاعية مقارنة بين الجنسين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، (١٩٩٨م).
١٨. سيد محمد الطواب: الاتجاهات النفسية وكيفية تغييرها، (القاهرة: مجلة علم النفس: ١٩٩٩) العدد ١٥، يوليو١٩٩٠.
١٩. صالح دياب هنديّ: أثر وسائل الإعلام على الطفل، عمان: ١٩٩٠.
٢٠. عادل الأشول: "علم النفس الاجتماعيّ" (القاهرة: مكتبة الأنجلوالمصرية، ١٩٩٩م).
٢١. عاطف العبد: علاقة الطفل المصريّ بالقنوات الفضائية العربية، القاهرة، دار الفكر العربيّ، ٢٠٠٠م.
٢٢. عاطف عدليّ العبد: واقع برامج الأطفال في الوطن العربيّ ، القاهرة، دار المعارف، ١٩٩٥.
٢٣. عباس محمود عوض: علم النفس الاجتماعيّ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨).
٢٤. عبد الرحمن العيسويّ: سيكولوجية نمو الإنسان، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٩).
٢٥. عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على الطفل، القاهرة، دار الشروق، ١٩٩٠.
٢٦. عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاته محمود: سيكولوجية الاتجاهات، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع)
٢٧. عليّ السيد طنش: "الدور التعاونيّ لبعض المؤسسات الحكومية في مجال ثقافة الطفل".
٢٨. عزيز حنا داود، تحسين عليّ حسين: سيكلوجية الاتجاهات: القاهرة، مكتبة الأنجلوالمصرية.
٢٩. فرج الكامل: "تأثير وسائل الاتصال - الأسس النفسية والاجتماعية" ط١: القاهرة: دار الفكر العربيّ، ١٩٨٥م.
٣٠. محمد الجوهري وآخرون: دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ١٩٩٢.

٣١. محمد عايش، عليّ عواض: أنماط المشاهدة لبرامج الأطفال في محطات التلفزة المحلية والعربية، ٢٠٠٢، ص١٥.
٣٢. محمد عبده بكير: المهارات الاجتماعية كما تعكسها برامج الأطفال في الراديو والتليفزيون للأطفال من سن (٦ – ٩) سنوات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، (٢٠٠٠م).
٣٣. محمد معوض: "إعلام الطفل - دراسات حول صحف الأطفال وإذاعاتهم المدرسية وبرامجهم التليفزيونية (القاهرة: دار الفكر العربيّ، ١٩٩٨)".
٣٤. محمد عليّ العوينيّ: الراديو والتنمية السياسية، القاهرة، عالم الكتب، د.ت ١٩٧٨.
٣٥. محمود حسن إسماعيل: "دور وسائل الثقافة والإعلام في تشكيل الوعي الثقافي للطفل"، مجلة الطفولة والتنمية العدد ١، القاهرة، نوفمبر ١٩٩٩م.
٣٦. مصطفى عبد السميع محمد: مقدّمة في الاتصال والوسائل التعليمية، القاهرة، مركز التنمية البشرية والمعلومات، ١٩٩٨.
٣٧. نجوى الفوال: "القائم بالاتصال في وسائل الإعلان"، دراسة ميدانية، مجلة عالم الفكر الكويتية، العدد ١، ٢، المجلد ٢٣، يوليو/ سبتمبر، أكتوبر / ديسمبر ١٩٩٤م.
٣٨. ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨).
٣٩. هادي نعمان الهيتي: "ثقافة الأطفال"، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطنيّ للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٨م .
٤٠. يعقوب الشارونيّ: ثقافة الطفل، سلسلة بحوث ودراسات، المركز القوميّ لثقافة الطفل، القاهرة، وزارة الثقافة، ١٩٨٨.

٤٧ -Gold Smith. "The Relationship between The children behavior in watching T.V. and growing The social concepts", Journal of Educational Media, ١٩٨٨

٤٨ -Graig, G.J. Human development, Sixth edition: Hall prentice & cliffs Englewood. U.S.A., ١٩٩٢ .

٤٩ - Nikken peter. "Children views on Quality standards Fro children Television programs", Journal of Educational Media, Vol.٢٣, No. ٣, ١٩٩٧.

٥٠ -. Pasquier, Dominique. "Children Television Programs: A content Analysis", A global Journal of Child Researcb, No.٣, ١٩٩٩.